

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang artinya metode penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah berbelanja barang preloved di media sosial namun jumlahnya belum diketahui pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 102 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan uji t.

Hasil pengujian data yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan pada keputusan pembelian. Pada variabel harga juga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga menjadi variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan memahami variabel yang berpengaruh dalam keputusan pembelian diharapkan nantinya meningkatkan keputusan pembelian dan menyempurnakan faktor yang bisa mempermudah konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, harga, kepercayaan, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to find whether out product quality, price and trust had affected on purchasing decisions. The type of research used in this study is quantitative research which means that this research method is based on the philosophy of positivism with the aim of testing hypotheses that have been previously set. The population was students of Surabaya Institute of Economics (STIESIA) who had ever bought preloved in the social media, but with unknown number. Moreover, the collection technique used accidental sampling with a total sample of 102 respondents. Furthermore, the data analysis technique used in this study is multiple linear regression and t test. The results of testing the data obtained show that product quality has a positive but not significant effect on purchasing decisions. At the price variable there is also a positive and significant influence on purchasing decisions. Trust is proven to have a significant and positive effect on purchasing decisions. The results of the study also show that prices are the dominant variable in influencing purchasing decisions. By understanding the variables that influence the purchasing decision, it is expected that later it will increase the decision to buy and improve the factors that can facilitate consumers in making purchasing decisions.

Keywords: product quality, price, trust, purchase decision

